



媒体联系人

史园 (Summer Shi)

Adobe

(86) 10 58657703

sshi@adobe.com

Sharon Chen

陈枢悦

MSLGROUP

(86) 10 85730582

sharon.chen@mslgroup.com

新闻稿

Adobe 正式推出Cloud Platform的全新功能

在 Adobe I/O 中增添新功能并与 Microsoft、AppDynamics、Dun & Bradstreet、Mastercard 和 SapientRazorfish 进行功能整合

中国，北京 — 2017 年 3 月 24 日 — 在 2017 年 Adobe 峰会 (Adobe Summit 2017) 上，Adobe (Nasdaq:ADBE) 介绍了 Adobe Cloud Platform 的重大改进。Adobe Cloud Platform 通过利用 Adobe Sensei 的人工智能和机器学习框架，为用户搭建了一个融合内容与数据为一体的深层跨云端架构。Adobe 还介绍了为企业用户设定的全新 Sensei 功能，以及推出的新工具与合作伙伴的资源整合情况，旨在帮助开发者加快产品上市的速度并更有效地整合 Creative Cloud 资产在企业的工作流程中。Adobe 还推出了 [Adobe Experience Cloud](#) 和 Microsoft Azure、Dynamics 365，以及 Power BI 产品整合的第一套联合解决方案。

云端服务的进步从根本上改变了运算环境。未来十年，品牌将在如何创造、吸引客户及提高其用户体验方面迎来重大转变。未来，品牌将迎来一个真正具有体验移动性的时代 — 不论设备、时间、位置，高度个性化的体验都可被实时被感知和传递。设计一个满足这些需要的现代体验平台，需要使用基于内容和数据的通用数据语言——一个可供他人在此基础上建构创新开放生态系统的语言，该语言将具备以人工智能、机器学习和深度学习为核心的功能。

通过 Adobe Cloud Platform，企业可集中并统一来自任何系统的客户数据内容，从而改善客户体验的设计和传递。它包括整合和分析数据的服务，同时通过 Adobe Sensei 利用机器学习使得市场营销功能和效率得以提高。Adobe Cloud Platform 还通过应用程序编程接口 (API) 向合作伙伴和第三方开发人员提供其数据、内容和检测。Adobe 平台被全球数以千计的合作伙使用，每年管理超过 100 万亿次的数据交易，并通过 Adobe 的跨云端开发平台 Adobe I/O 每天收到超过 7 亿个应用程序编程接口的呼叫。

Adobe 执行副总裁兼技术总监 Abhay Parasnis 表示：“Adobe Cloud Platform 的改进将使 Creative Cloud、Document Cloud 及 Adobe 的 Experience Cloud 功能得到扩展，使企业能更轻易地大规模

提供非凡的体验。Adobe Sensei、人工智能以及机器学习与深度学习框架的创新，将大大改进客户各接触点的体验设计和传递。”

Cloud Platform 的更新

- **全新标准化数据模型 (Standard Data Model):** Adobe 推出了具有表现力的通用数据语言，它为企业建立标准，使它们能够轻松地将内容、数据和智能整合到现有流程和数据系统中。标准数据模型为整个企业的客户体验创建了单一语言，并通过它的 Profiles 和 Assets 等核心服务使与 Adobe 云端解决方案得到更深入的整合。Acxiom、AppDynamics、Dun & Bradstreet、Mastercard、Qualtrics, Zendesk、[24]7 等正在参与标准数据模型开发，并致力于构建基于这一全新语言的应用程序。
- **Adobe 推出 Launch:** Adobe 宣布推出 [Launch](#) — 一个基于 Adobe Cloud Platform 的下一代标签管理解决方案。通过 Launch，第三方开发人员可以构建、维护并持续更新各自与 Adobe Experience Cloud 的整合，这将大大缩短产品面市的时间。利用 Launch 近似应用程序商店接口，品牌可轻松部署 Adobe 和第三方开发人员的网络应用程序、定义需要捕捉的客户行为及决定在数字市场营销工具中使用该数据的方式。Dun & Bradstreet、Facebook、Twitter、Zendesk 和 [24]7 等企业都是 Launch 的首批用户。
- **开发功能更新:** Adobe 还宣布了为跨云端开发者平台 Adobe I/O 带来的全新改进。新 I/O 活动和 Creative Cloud 应用程序编程接口 (API) 为开发人员提供了 Creative Cloud 资产和活动的访问权限。例如，开发人员可构建一个自定义的应用程序，使其在创意文件有所修改或在有新的 Creative Cloud 资产上传时有所反应，并以程序化的方式将该内容应用于市场营销执行中。编制跨云端工作流程的能力使开发人员能创建自定义的解决方案，例如确保品牌最新商标在所有市场营销活动中的自动应用。
- **新的 Exchange 合作伙伴整合:** 合作伙伴包括 Acxiom、AppDynamics、Clicktale、Decibel Insight、Dun & Bradstreet、Mastercard、Ooyala 和 SapientRazorfish 等，他们宣布与 Adobe Experience Cloud 的全新整合已在 Adobe Exchange 上推出。与 AppDynamics 的整合使市场营销人员能够了解客户有不理想应用程序体验的时间和原因，并利用这些数据来开展市场营销活动，例如以个性化的电子邮件向客户提供推广优惠。通过使用 Adobe Audience Manager 和 Mastercard 中的消费者开支趋势，市场营销人员可结合 Adobe Analytics 数据策划并推出更有效的计划。Adobe 还加强了与 Microsoft 的合作伙伴关系，并推出了第一套整合 Adobe Experience Cloud 与 Microsoft Azure、Microsoft Dynamics 365 和 Microsoft Power BI 的联合解决方案。

为企业服务的 Adobe Sensei

Adobe Sensei 通过运用人工智能和机器学习，以及 Adobe 大量的内容和数据资产以应对当今最复杂的体验挑战。作为 Adobe Cloud Platform 的智能层，Adobe Sensei 为客户提供一个统一的人工智能及机器学习的框架与智能服务，协助他们更智能及快捷地完成工作。在 Adobe Experience Cloud 中，Adobe Sensei 拥有超过 100 种智能功能，包括智能警报 (Intelligent Alerts)、自动化广告活动洞察 (Automated Advertising Insights)、异常侦测 (Anomaly Detection) 和相似人群预测建模 (Lookalike Modeling)，以协助品牌更有效地了解和满足客户的需求。

今天，Adobe 推出一系列专为企业设定的全新 Sensei 功能，其推出的**流畅体验 (Fluid Experiences)**，使品牌能够在任何连接的屏幕上传递消费者所期望的体验，这些可连接的屏幕包括社交媒体、虚拟现实，物联网装置和实体屏幕。此外，**自动目标识别 (Auto-Target)** 消除了手动测试和规则性内容个性化的复杂性。Adobe 还发布了**增强的异常侦测和贡献分析 (Enhanced Anomaly Detection and Contribution Analysis)**，可以帮助品牌识别统计上的重大事件，并精准定位来源并制定优化用户体验的对策。

|

相关链接：

- 有关流畅体验的 Adobe Experience Manager 博客：
<https://blogs.adobe.com/digitalmarketing/web-experience/adobe-unveils-the-next-generation-of-adobe-experience-manager-to-power-digital-experiences/>
- 有关自动目标识别的 Adobe Target 博客：
<http://blogs.adobe.com/digitalmarketing/personalization/auto-target-personalization-reimagined-by-adobe-target-powered-by-sensei/>
- Adobe I/O 博客：<https://medium.com/adobe-io>

关于 Adobe 系统公司

Adobe 正通过数字体验改变世界。了解更多信息，请访问 <http://www.adobe.com/cn>。关注 Adobe 官方微信号“AdobeChina”，以及中国官方微博 http://www.weibo.com/adobechina?is_all=1，获取更多新闻、更新、促销等信息，并与 Adobe 中国本地团队进行互动。